

СИЛАТА<sup>на</sup>  
ДУМИТЕ

---

■ ДУМА

Вестник **ДУМА** е автентичният ляв вестник на България. Началото е поставено в далечната 1892 г. от Димитър Благоев с „Работник“. После историята на изданието е продължена през 1897 г. с „Работнически вестник“, издаван Георги Кирков. След 1927 г. вестникът е преименуван в „Работническо дело“ и така до началото на бурната 1990 г., когато големият публицист Стефан Продев поставя началото на **ДУМА**.

СИЛАТА НА ДУМИТЕ



**ДУМА**

- Вестник **ДУМА** винаги е бил сред първите десет български всекидневници по доверие на аудиторията и като авторитетен фактор за формиране на общественото мнение. Той запълва три от най-сериозните ниши в българския медиен пазар – сериозното и авторитетното представяне на културни новини, новини от сферата на образованието и солидно присъствие на международните проблеми и анализи.
- Съвместната работа с вестник **РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА** и българското издание на **МОНД ДИПЛОМАТИК** дава възможност за още един ракурс към глобалната политика с разнообразни външнополитически анализи.
- Дума 2008 ЕООД издава ежедневника **ДУМА**, списанието за социални идеи, политика и култура **НОВО ВРЕМЕ** и информационния бюлетин **СЪВРЕМЕНЕН ПОКАЗАТЕЛ**.



- Вестник **ДУМА** се разпространява всекидневно, чрез абонамент - 55 % и ръчна продажба - 45 % на територията на цялата страна с тираж 15 000 бр.
- От понеделник до четвъртък излиза в 24 страници, в петък – 32 страници, а съботно-неделното издание е 40 страници.



- Вестник ДУМА има знакови рубрики останали във времето. Такава е колонката от първа страница **Ние пак сме тук**, създадена по идея на Йордан Радичков и Стефан Продев. В ДУМА има най-много място за **КОМЕНТАРИ И АНАЛИЗИ** – ежедневно вестникът публикува три коментара по актуални обществено-политически теми.



За международна политика  
всеки понеделник



За почивните дни  
всяка събота



За литература, изкуство и култура  
всяка събота



## ОБЩИНА

Всеки вторник  
на централно фолио  
представяне  
на българските общини.

## СЕЛСКИ ТУРИЗЪМ

Всеки четвъртък  
на централно фолио, проект  
„Селски туризъм в България„.



- Редакция на вестник „ДУМА“, ви представя поредица от тематични рекламно-информационни издания ориентирани към крайния потребител и специалисти.



- „ОТ ЛОВ ДО РИБОЛОВ“  
Ловно-рибарски дружества и клубове от цялата страна, ловно-рибарски магазини, оръжейни магазини и производители на специализирано облекло, вносители и много други организации и фирми в бранша. Обзор на закони за лова и опазване на дивеча, про-екти на ловно-рибарски дружества, сезонна информация.
- „РЕМОНТИ, СТРОИТЕЛСТВО И УСЛУГИ,“  
Специализирано издание - тип каталог. Обзор на строителни компании, производители на материали, техника и инструменти, интервюта и много друго.
- „ТРАНСПОРТ, ЛОГИСТИКА И СПЕДИЦИЯ“  
Специализирано издание тип-каталог за услуги в бранша - доставки.
- „ЗДРАВЕ, МЕДИЦИНА, КОЗМЕТИКА, СПА“  
Списание за сферата на медицински услуги, поддържане на здраво тяло и дух. Справочна и актуална информация, интервю със лекари-специалисти, материали подкрепени с коментари на експерти на водещите клиники и медицински центрове, обзор на специализирани болници и др.
- „КЪДЕ ДА УЧИМ?“  
Издание за кандидат-студенти. Помага в избора на образователно учреждение.
- „ОБЩИНА,“  
Специализирани рекламно-информационни издания за българските региони и градове.

# ЧИТАТЕЛЬСКА АУДИТОРИЯ НА ВЕСТНИК „ДУМА“

ЮНИ-ЮЛИ 2009

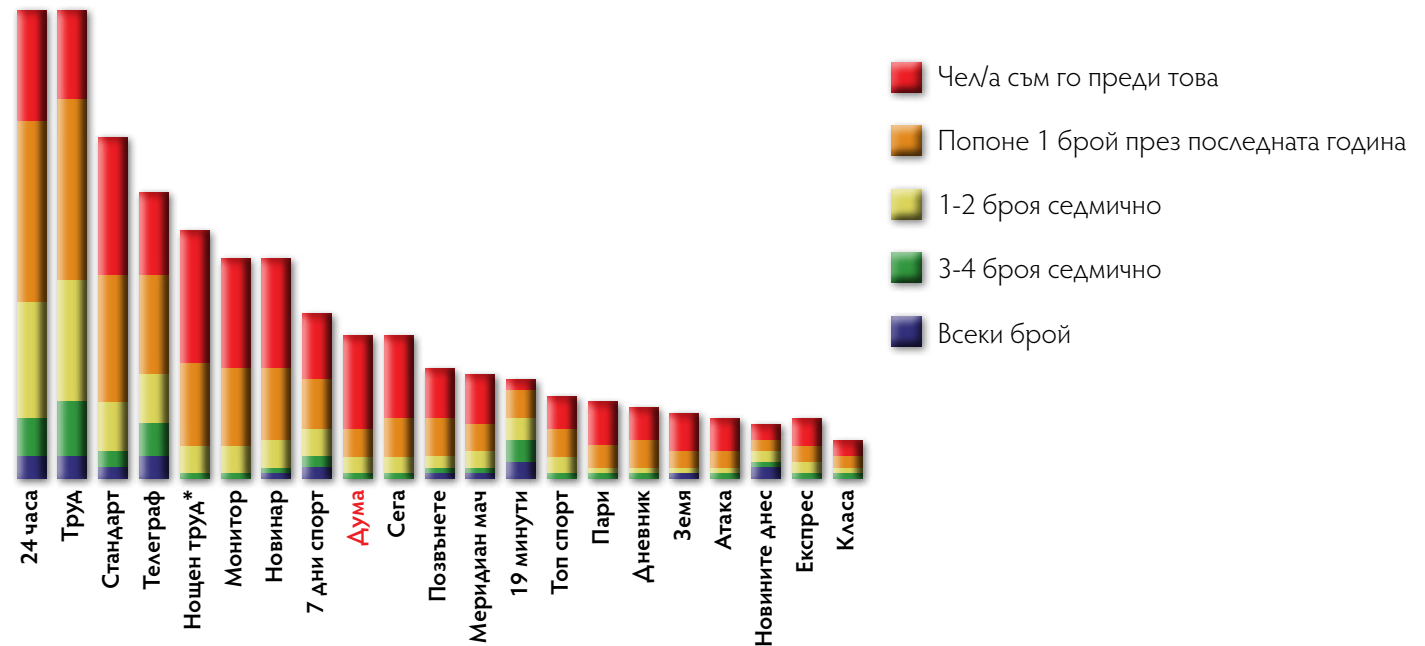




База: Всички четящи всекидневници (738)

ЧЕСТОТА НА ЧЕТЕНЕ НА ВСЕКИДНЕВНИЦИ:

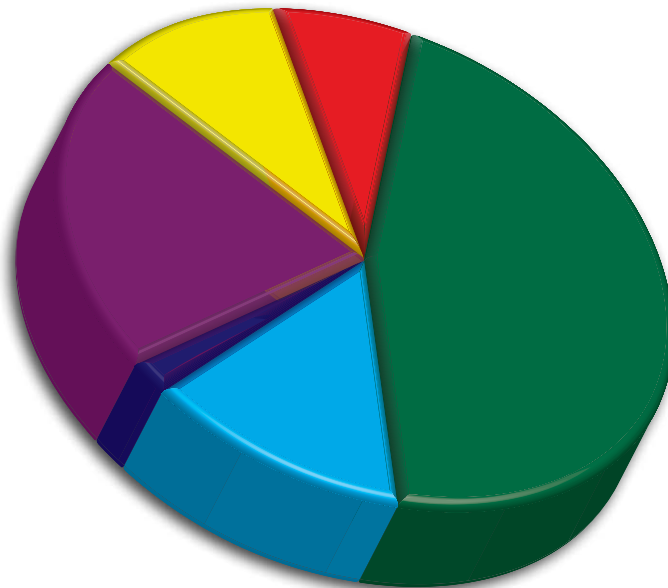
- 9% от четящите всекидневници заявяват, че са чели поне един брой на вестник „Дума“ през последните 12 месеца, а около 6 хиляди (0,1%) следят всеки брой . 4,5% декларираат, че четат поне един брой седмично.
- На базата на декларирана честота на четене, начин на набавяне на вестника и в контекста на завишен интерес към социално-политическите теми в периода на предизборните кампании естимирания среднодневен обем на аудиторията на вестник „Дума“ възлиза на около 46 - 47 хиляди души.



База: Редовни читатели на „Дума“ (282)

### КАК НАЙ-ЧЕСТО СИ НАБАВЯТЕ ВЕСТНИК „ДУМА“?

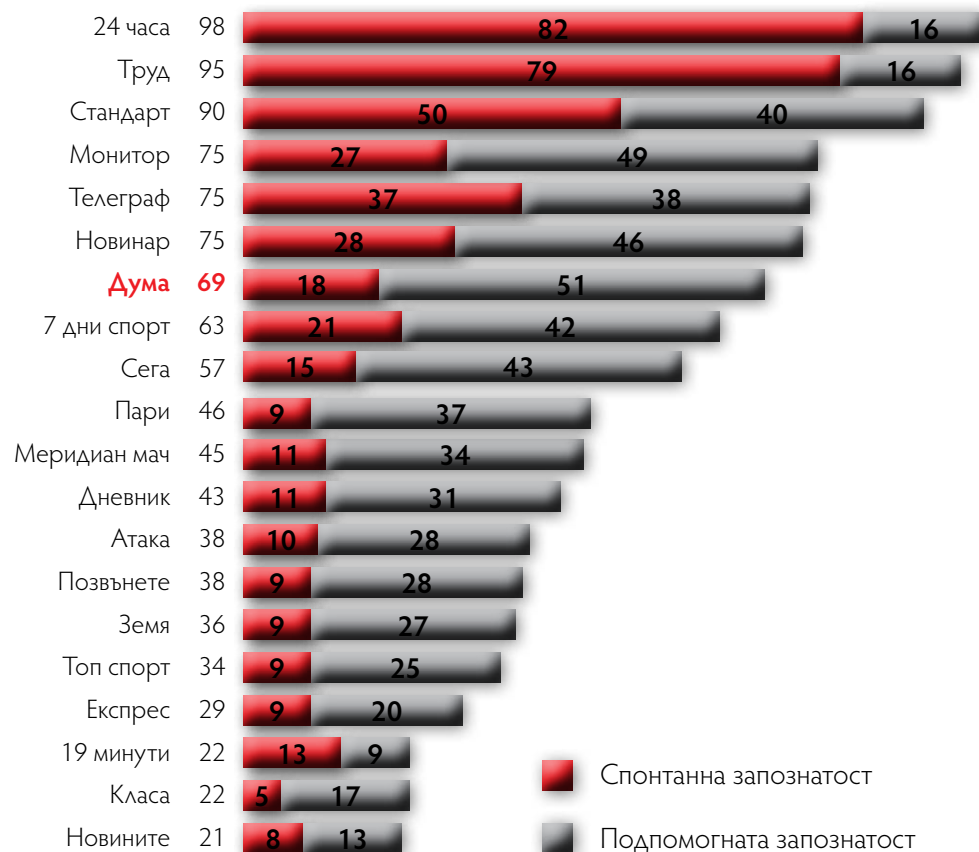
- Големите дялове на четящите вестника в читални, на ползващите служебен абонамент, предполагат **по-голям брой индивиди, четящи едно и също копие на вестника**, което е характерно и за изданията със специализирана или по-специфична аудитория.



- Чета го в интернет **7 %**
- Чета го в библиотека / читалня / чителище / клуб **11 %**
- Чета брой, който си набавят мои приятели / познати **21 %**
- Личен абонамент **2 %**
- Служебен абонамент **13 %**
- Купувам го **46 %**

База: Всички четящи всекидневници (738)

### ПОЗНАТОСТ НА ВСЕКИДНЕВНИЦИ %



### ПАЗАРНИ ДЯЛОВЕ



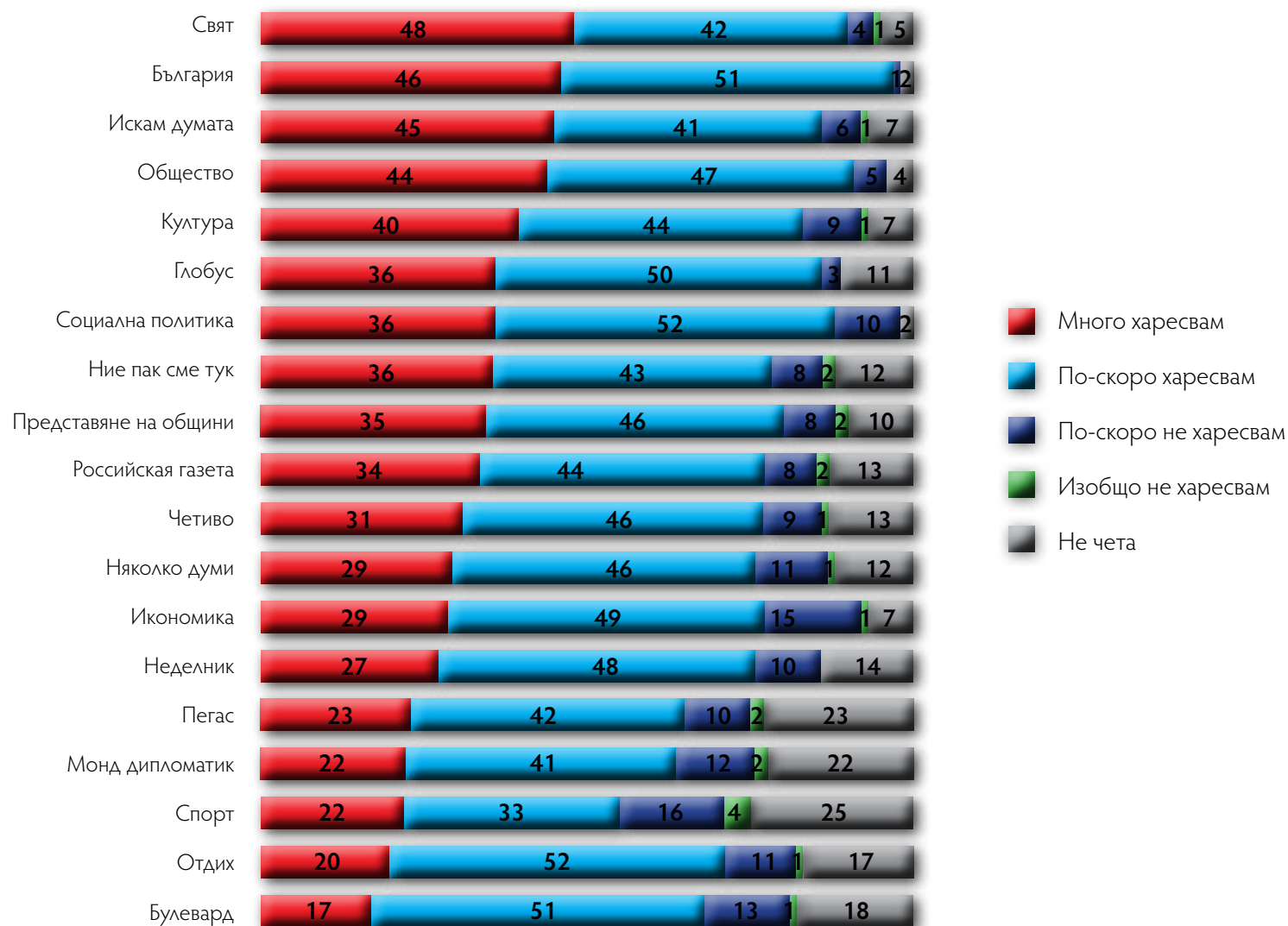
База: Редовни читатели на "Дума" (282)

КАКВО ВИ КАРА ДА ЧЕТЕ, ВЕСТНИК „ДУМА“?  
КАКВО Е ТОВА, КОЕТО ВИ ХАРЕСВА В ТОВА ИЗДАНИЕ?



База: Редовни читатели на "Дума" (282)

## БИХТЕ ЛИ КАЗАЛИ ДО КОЛКО ХАРЕСВАТЕ ВСЯКА ЕДНА ОТ РУБРИКИТЕ НА ВЕСТНИК „ДУМА“, КОИТО ЧЕТЕТЕ? %



База: Редовни читатели на "Дума" (282)

ЛИЧНО СПОРЕД ВАС, ДО КОЛКО ВСЯКО ЕДНО ОТ СЛЕДНИТЕ ТВЪРДЕНИЯ СЕ ОТНАСЯ ДО ВЕСТНИК „ДУМА“ %

■ Напълно се отнася   
 ■ По-скоро се отнася   
 ■ По-скоро не се отнася   
 ■ Изобщо не се отнася   
 ■ Не знам



База: Редовни читатели на "Дума" (282)

## ДО КОЛКО СЛЕДНИТЕ ТВЪРДЕНИЯ СЕ ОТНАСЯТ ЛИЧНО ЗА ВАС%

■ Напълно се отнася   
 ■ По-скоро се отнася   
 ■ По-скоро не се отнася   
 ■ Изобщо не се отнася   
 ■ Не знам

Обичам да опитвам новите марки, които излизат на пазара, дори когато съм доволен от това, което ползвам в момента.



Рекламата на дадена марка или продукт ме поощряват да ги опитвам.



За мен е важно да купя наистина най-доброто, независимо на каква цена.



Българските стоки не са по-лоши от вносните.

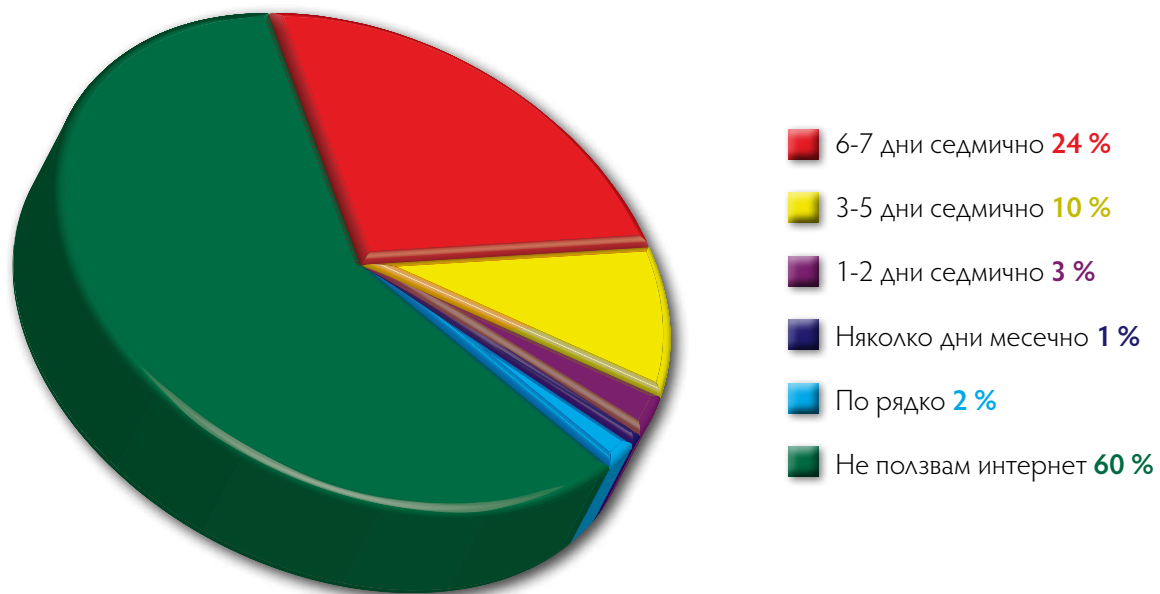


Когато избирам какво да купя, за мен най-важното е марката.



База: Редовни читатели на "Дума" (282)

### КОЛКО ЧЕСТО ПОЛЗВАТЕ ИНТЕРНЕТ?



- На 1 юли 2009 г. стартира нов сайт [www.duma.bg](http://www.duma.bg), което завиши посещаемостта на изданието в интернет почти два пъти, според данни на Google Analytics за периода 7 юли – 6 август 2009 г. Според същата статистика в посочения период е имало 60 846 посещения на on line изданието на ДУМА, като 25 915 от тях са уникални.



База: Редовни читатели на "Дума" (282)

### ЛИЧНИ ПРИТЕЖАНИЯ



### ДОМАКИНСКИ ПРИТЕЖАНИЯ



- 93 % са на мнение, че българските стоки не са по-лоши от вносните, което прави вестника подходящ за български производители.
- 45 % обичат да опитват новите марки, които навлизат на пазара, дори когато са доволни от това, което ползват в момента.
- Рекламата на дадена марка или продукт би поощрила 45 % от аудиторията да ги опита.

## АУДИТОРИЯ НА ВСЕКИДНЕВНИЦИ - ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ

- Аудиторията на „Дума“ има някои специфични характеристики, неприсъщи за другите всекидневници.
- 51 % от читателите на вестника са с университетско образование.
- 62 % от четящите „Дума“ са в областните градове.
- 55 % от читателите на „Дума“ са служаци в администрация, армия, полиция и др.
- 46% от редовната аудитория на „Дума“ са с месечен доход на домакинство от 500 до 1250 лв.

	Всички респонденти (1000)	Четящи всекидневници (738)	Аудитория на Дума (282)
<b>СЕМЕЕН СТАТУС %</b>			
Неомъжена / неженен	15	15	15
Омъжена / женен	63	64	57
Разведен/а	6	7	7
Съжителство без брак	6	6	4
Вдовец/ица	10	9	16
<b>ОБРАЗОВАНИЕ %</b>			
Университетско	28	33	51
Средно	56	56	45
Основно и по-ниско	15	10	4

	Всички респонденти (1000)	Четящи всекидневници (738)	Аудитория на Дума (282)
<b>ПОЛ %</b>			
Мъж	49	51	55
Жена	51	49	45
<b>ВЪЗРАСТ %</b>			
18 - 25 години	9	8	3
26 - 35 години	14	15	12
36 - 45 години	19	21	17
46 - 55 години	21	21	17
56 +	37	34	50
<b>ЕТНОС %</b>			
Българин	89	91	99
Българомохамеданин	2	1	0
Турчин	4	4	0.3
Ром	4	2	0
Друго	2	2	0.3

## АУДИТОРИЯ НА ВСЕКИДНЕВНИЦИ - ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ

Всички  
респонденти  
(1000)

Четящи  
всекидневници  
(738)

Аудитория  
на Дума  
(282)

## ЧИСТ ЛИЧЕН МЕСЕЧЕН ДОХОД %

До 250 лв.	28	24	19
251 - 400 лв.	19	20	29
401 - 650 лв.	17	19	24
651 - 800 лв.	5	7	6
Над 800 лв.	6	7	5
Без доход	5	4	3
Отказ	20	20	14

## ЧИСТ МЕСЕЧЕН ДОХОД НА ДОМАКИНСТВО %

До 250 лв.	7	5	8
251 - 500 лв.	19	19	20
501 - 750 лв.	15	14	17
751 - 1000 лв.	17	19	22
1001 - 1250 лв.	4	4	7
Над 1250 лв.	12	14	11
Отказ	27	26	16

Всички  
респонденти  
(1000)

Четящи  
всекидневници  
(738)

Аудитория  
на Дума  
(282)

## РАБОТЕН СТАТУС %

Работник / селскостопански работник	47	42	26
Директор / мениджър / президент	1	2	2
Ръководител средна управленско ниво	8	9	8
Служащ специалист с висше образование	20	22	37
Служащ със средна и по-ниско образование	13	13	18
Собственик на фирма без наети лица, ЕТ	7	7	3
Собственик / съсобственик на фирма	4	5	4
Свободна професия	1	1	2

Всички  
респонденти  
(1000)

Четящи  
всекидневници  
(738)

Аудитория  
на Дума  
(282)

## РАБОТЕН СТАТУС %

Работя на пълна заетост	56	61	56
Работя на частична заетост	4	4	5
Уча	3	3	1
Майчинство	1	1	0
Домакия	1	1	0
Пенсионер	27	24	31
Безработен	7	7	7

## ТИП НАСЕЛЕНО МЯСТО %

Село	29	25	9
Малък град	24	24	12
Областен град (бивш окръжен)	31	32	62
Столица	16	19	16

## КОЕ ОТ СЛЕДНИТЕ НАЙ ТОЧНО ОПИСВА МАТЕРИАЛНОТО ПОЛОЖЕНИЕ НА ВАШЕТО СЕМЕЙСТВО?%



# РЕКЛАМНИ ТАРИФИ



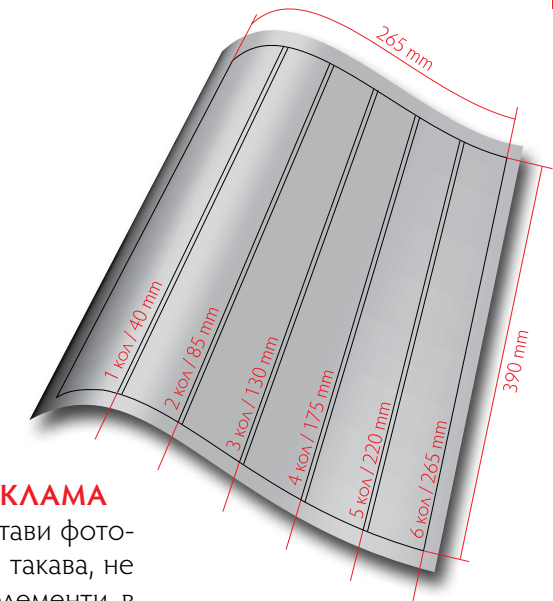
ПОЗИЦИЯ	Ч/Б	+ 1 ЦВЯТ	4 ЦВЯТА
ВЪТРЕШНА СТРАНИЦА	1.85 лв./к.мм	2.30 лв./к.мм	2.75 лв./к.мм
ПОСЛЕДНА СТРАНИЦА	2.70 лв./к.мм	3.32 лв./к.мм	3.95 лв./к.мм
ПЪРВА СТРАНИЦА *	3.80 лв./к.мм	5.90 лв./к.мм	7.90 лв./к.мм
ДО ГЛАВАТА 1к/50мм	по договаряне		

\* - (Долна част) 2к/50-100мм

ФИКСИРАНИ СТРАНИЦИ	4 ЦВЯТА
ПЪРВА СТРАНИЦА	18 лв./к.мм
ВТОРА СТРАНИЦА	5 лв./к.мм
ТРЕТА СТРАНИЦА	8 лв./к.мм
ПРЕДПОСЛЕДНА СТРАНИЦА	8 лв./к.мм
ПОСЛЕДНА СТРАНИЦА	12 лв./к.мм

МАЛКИ ОБЯВИ	
ТЕКСТ /36 ЗНАКА НА РЕД/	1.95 лв. / ред
ТЕКСТ+РАМКА	2.07 лв. / ред
ТЕКСТ+РАМКА+ПОДЛОЖКА	2.51 лв. / ред

Цените са без ДДС  
тарифа валидна до 31 декември 2009 г.



#### ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ РЕКЛАМА

С рекламния файл трябва да се представи фотореалистична разпечатка. При липса на такава, не се приемат претенции за изгубени елементи в макета.

Пълноцветни изображения - CMYK  
Резолуция - 150 dpi  
Текстове - Create Outlines

#### ТЕХНИЧЕСКИ ПАРАМЕТРИ

Формат A3  
Печатно поле 265 x 390 mm  
Обем на стр. 2 340 кол. mm

#### НАДБАВКИ

Платено съобщение + 50 %  
Експресна поръчка до 24 часа + 100%

#### ОТСТЪПКИ

Обяви за търгове и баланси - 50 %  
Поздравления и възпоминания FREE

Краен срок за поръчки - 3 работни дни преди публикация!



**РЕКЛАМНА ПЛОЩ**

ЧЕТВЪРТА КОРИЦА	1 200 лв.
ВТОРА КОРИЦА	1 000 лв.
ТРЕТА КОРИЦА	800 лв.
ПОСЛЕДНА СТРАНИЦА	900 лв.
2/1 СТРАНИЦИ	950 лв.
1/1 СТРАНИЦА	650 лв.
1/2 СТРАНИЦА	450 лв.
1/4 СТРАНИЦА	260 лв.

**РЕКЛАМНА СТАТИЯ (PR МАТЕРИАЛ)**

2 СТРАНИЦИ	1 200 лв.
3 СТРАНИЦИ	1 450 лв.

**ИНТЕРВЮ**

ВИЗИТКА + ФОТО	450 лв.
----------------	---------

Изработване на реклама +10%

**ОТСТЪПКИ**

2 ПУБЛИКАЦИИ	5 %
4 ПУБЛИКАЦИИ	10 %
8 ПУБЛИКАЦИИ	15 %
12 ПУБЛИКАЦИИ	20 %

**ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ РЕКЛАМА**

С рекламния файл трябва да се представи фотореалистична разпечатка. При липса на такава, не се приемат претенции за изгубени елементи в макета. Ако рекламата се печати под обреза, трябва да се добави 5 мм към обрезната страна.

Пълноцветни изображения - СМΥΚ; Резолюция - 150 dpi; Текстовете - Create Outlines.

**РАЗПРОСТРАНЕНИЕ**

Приложенията се разпространяват с тиража на вестник "ДУМА", пакетирани; Раздават се на профилни изложения; Места съответни на тематиката; Сред корпоративни клиенти; Доставят се до всички участвали рекламодатели.

**ПАРАМЕТРИ**

Формат	A4
Обем	32 стр., 56 стр.
Цветност	4 + 4
Хартия	80 гр./кв.м.
Тираж	15 000 бр.

Цените са без ДДС

тарифа валидна до 31 декември 2009 г.



WWW.DUMA.BG

ПОЗИЦИЯ	РАЗМЕР	ИМПРЕСИИ	ЦЕНА*	ВИДИМОСТ
ПОЗИЦИЯ 1 банер	392 x 72 pix до 25 kb	10 000	7 лв.	Всички стр.
ПОЗИЦИЯ 2 банер/видео	300 x 250 pix до 25 kb	10 000	7 лв.	Всички стр.
ПОЗИЦИЯ 3 банер	300 x 250 pix до 25 kb	10 000	6 лв.	Само първа стр.
ПОЗИЦИЯ 4 банер	640 x 90 pix до 15 kb	10 000	5 лв.	Само първа стр.
ПОЗИЦИЯ 4 А банер	640 x 90 pix до 15 kb	5 000	4 лв.	Вътрешна стр. в избрана рубрика
ПОЗИЦИЯ 5	300 x 250 pix до 15 kb	10 000	5 лв.	Само първа стр.
ПОЗИЦИЯ 5 А	300 x 250 pix до 15 kb	5 000	4 лв.	Вътрешна стр. в избрана рубрика
ПОЗИЦИЯ 6 текстов линк	---	---	---	Само първа стр.
ПОЗИЦИЯ 7 видео	300 x 250 До 35 kb	10 000	10 лв.	Само първа стр.

КРАЙНА ЦЕНА		
1 ДЕН	1 СЕДМИЦА	1 МЕСЕЦ
70 лв.	480 лв.	1 960 лв.
70 лв.	480 лв.	1 960 лв.
60 лв.	420 лв.	1 680 лв.
35 лв.	245 лв.	980 лв.
28 лв.	196 лв.	784 лв.
35 лв.	245 лв.	980 лв.
28 лв.	196 лв.	784 лв.
Договорът е минимум за месец		
100 лв.	700 лв.	2 800 лв.

**ИЗИСКВАНИЯ ЗА ПУБЛИКУВАНЕ НА БАНЕРИ И ВИДЕО:**

Средата на www.duma.bg поддържа банери във формат GIF, JPEG, FLASH, HTML.

Минимален срок за публикуване на реклама – 5 дни.

Минимален срок за публикуване на текстови линк – 1 месец.

\* Стойност за 1 000 импресии

ОТСТЪПКИ	
1 месец	25 %
3 месеца	30 %
6 месеца	40 %
1 година	50 %

ИЗРАБОТКА НА БАНЕРИ	
ФОРМАТИ / СРОК	ЦЕНИ
GIF, JPEG – 2 дни	40 лв.
Стандартен флаш банер	120 лв.
Адаптация на банер	35 лв.



WWW.DUMA.BG

**ДУМА** ПОЗИЦИЯ 1 (392 x 72 pix)

Начало | Вътрешни | Международни | Коментари | Интервюта | Икономика | Общество | Култура | Спорт | Други | Рубрики | Приложения |

**СНИМКА НА ДЕНЯ**

**ПОСЛЕДНИ НОВИНИ**

■ **Съкращения в МО и Генщба**  
Военният министър Николай Младенов иска да оптимизира състава на армията  
2009-08-10 18:06:31, брой 180

■ **Сива каска:**  
Столицата е оставена на автомобил  
Ралица Габрилова  
От ГЕРБ забравиха да управляват София, заяс царя в общината  
2009-08-10 18:22:31, брой 180

■ **Бойба със закъснител**  
През 2050 г. всеки лети веролевец ще е мислосланин  
2009-08-10 17:59:31, брой 180

■ **"Речник от мисли" поддържа на Кастро**  
2009-08-10 17:48:31, брой 180

■ **Данчовите подготвиха чейки бързата**  
За неплатени данъци и осигурителни задължения - отнемат разрешителното  
2009-08-10 10:49:31, брой 180

**КОМЕНТАРИ**

■ **Българи, "Мирно!"**  
Жельо Тенев  
10 Август 2009, брой 180

■ **На ход сте!**  
Лилия Топова  
10 Август 2009, брой 180

**АКЦИИ**

**На БГ-границата ти сдират кожата**

ADAC Motorwelt  
10 Август 2009, брой 180

От туристите изискват медицинско, че не са болни от свински грип, глобват ги

**ФОТОГАЛЕРИЯ**

ПОЗИЦИЯ 2 (300 x 250 pix)

ПОЗИЦИЯ 3 (300 x 250 pix)

ПОЗИЦИЯ 4 (300 x 250 pix)

ПОЗИЦИЯ 5 (300 x 250 pix)

ПОЗИЦИЯ 6 (текстов линк)

ПОЗИЦИЯ 7 (300 x 250 pix)

**МОНД дипломатик**  
САМЕСТНО ИЗДАНИЕ С ДУМА

Този ден земята се напои с кръв  
Леонид Радиковски  
10 Август 2009

Първите стъпки на Обама  
Сергй Ашвин  
14 Юли 2009

■ **Ураганите с много неизвестни**  
Яво Долгачев  
Отказът от стратегически проекти ще ни остави извън клуб на енергийно богатите  
10 Август 2009, брой 180

**ИСКАМ ДУМАТА**

■ **Размисли на социализъм в пределна възраст**  
Славислав Белчев  
06 Август 2009, брой 177

**АНКЕТА**

Къде ще прекарате летната си отпуска?

Край морето  
 В планината  
 На екскурзия в чужбина  
 Нима да почивам

[Гласувай]

През нощта над централните и крайните метропозадни райони ще има разкъсана облачност

Програма на БНТ 10 – 16 август 2009

**ПОЗИЦИЯ 4, 4 А (640 x 90 pix)**

**ПОЗИЦИЯ 5, 5 А (300 x 250 pix)**

- На позиции Банер 2 и Банер 7 е възможно поставянето на видео банери във FLASH формат, като на позиция Банер 7 е възможно да има и звук (в този случай е задължително да има бутон за включване и изключване).
- Банерите трябва да бъдат изпратени минимум два дни преди стартирането на рекламната ви кампания.

- Необходими материали: запазен знак (лого), шрифтове, цветове, изображения.
- Възможни са и други форми на рекламно присъствие, но те са предмет на допълнително договоряне.

- 2002 г. „Черноризец храбър“ от Съюза на издателите в България, по-смъртно се дава на Стефан Продев – за изключителен принос в съвременната българска публицистика.
- 2002 г. Годишна награда за публицистика на СБЖ за Велислава Дърева.
- 2003 г. „Черноризец Храбър“ за публицистика на Велислава Дърева.
- 2004 г. Трета награда на Ивайло Цветков за рисунка в конкурса „Салвадор Дали“ - Тенерифе, Испания.
- 2005 г. „Черноризец Храбър“ на Тодор Коруев за цялостен принос към българската журналистика.
- 2006 г. Награда на БЧК за активно отразяване дейността на неправителствените организации и награда на КНСБ за Ева Костова за най-добро отразяване на синдикалната тема.
- 2007 г. „Златно перо“ на Велиана Семерджиева за принос към българската култура. Наградата се дава в навечерието на 24 май от Класик ФМ радио.
- 2008 г. Национална награда за публикация в печатна медия на здравна тема в конкурса media prize, автор Аида Паникян.
- 2009 г. Награда за медийно отразяване на дейността на асоциацията на професионалистите по здравни грижи.
- 2009 г. За медийно отразяване на Училище за политика на Ивелин Николов - гл. редактор на вестник ДУМА.



1784 София, България  
бул. "Цариградско шосе" 113 А  
тел.: 02 975 20 00, 02 975 22 26  
факс: 02 975 26 04  
e-mail: [duma@duma.bg](mailto:duma@duma.bg)

**Реклама:**

02 970 72 05, 02 970 72 33, 02 970 52 21, 02 974 31 45  
факс: + 359 2 971 83 46  
e-mail: [reklama@duma.bg](mailto:reklama@duma.bg), [reklami@duma.bg](mailto:reklami@duma.bg)

**PR & Marketing:**

02 975 22 07, 02 975 22 01  
e-mail: [pr@duma.bg](mailto:pr@duma.bg)

**Разпространение:**

02 975 22 08, 02 975 22 03  
e-mail: [abonament@duma.bg](mailto:abonament@duma.bg)

[www.duma.bg](http://www.duma.bg)